



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

DGI atau Desain Grafis Indonesia adalah sebuah lembaga kolaborasi yang didirikan pada tahun 2007 oleh salah seorang desainer grafis senior Indonesia, Hanny Kardinata. Pada awalnya, DGI meluncurkan sebuah situs web yang beralamatkan desaingrafisindonesia.wordpress.com (kemudian dgi.or.id). DGI adalah sebuah situs kolaborasi yang memfokuskan diri kepada sejarah Desain Grafis Indonesia sebagai bagian integral dari warisan kolektif desain grafis internasional.

DGI memiliki semangat untuk memupuk pemahaman dan saling pengertian di antara desainer grafis Indonesia dalam persinggungannya dengan seni, desain, kebudayaan, dan masyarakat. Dengan memanfaatkan teknologi virtual, DGI mengumpulkan dan mempublikasikan informasi mengenai desain grafis Indonesia secara berkesinambungan ke seluruh Indonesia juga dunia. Selain sebagai portal atau media informasi, DGI juga berfungsi sebagai pusat data dan kajian desain grafis Indonesia yang terdiri atas data visual dan data verbal. Dalam jejak perjalanan DGI, Desain Grafis Indonesia beberapa kali memfasilitasi kegiatan-daring seperti diskusi, peluncuran buku, pameran, *polling*, kampanye sosial, dan lain sebagainya. Serta untuk kegiatan luring, DGI telah melakukan kegiatan seperti pameran, lokakarya, penghargaan, dan lainnya.



Gambar 2.1. Logo Desain Grafis Indonesia

(Sumber: Data Internal Perusahaan)

Kardinata (2015) menyatakan dalam buku Desain Grafis Indonesia Dalam Pusaran Desain Grafis Dunia bahwa, perancang logo DGI adalah seorang desainer yang bernama Henricus. Beliau merancang logo DGI di San Fransisco, Amerika Serikat, yang selesai pada tanggal 1 Desember tahun 2007, dan dipublikasikan di situs DGI pada tanggal 2 Desember tahun 2007. Berdasarkan wawancara pada tahun 2007 kepada Henricus dalam buku Desain Grafis Indonesia Dalam Pusaran Desain Grafis Dunia (2015) menyatakan bahwa Identitas DGI mengekspresikan huruf “i” secara tersembunyi. Huruf “i” pada kata Indonesia menyatu dan melebur dengan huruf “DG” sebagai ekspresi Indonesia adalah bagian dari Desain Grafis Internasional. Huruf “I” pada Indonesia juga tidak hadir sekadar sebagai unsur dekoratif elemen kultur khas Indonesia, tetapi sebagai fungsi untuk memecahkan masalah.

2.1.1. Visi dan Misi

Sesuai dengan wawancara yang penulis lakukan kepada pak Ismiaji Cahyono, berikut merupakan visi dan misi Desain Grafis Indonesia:

2.1.1.1. Visi

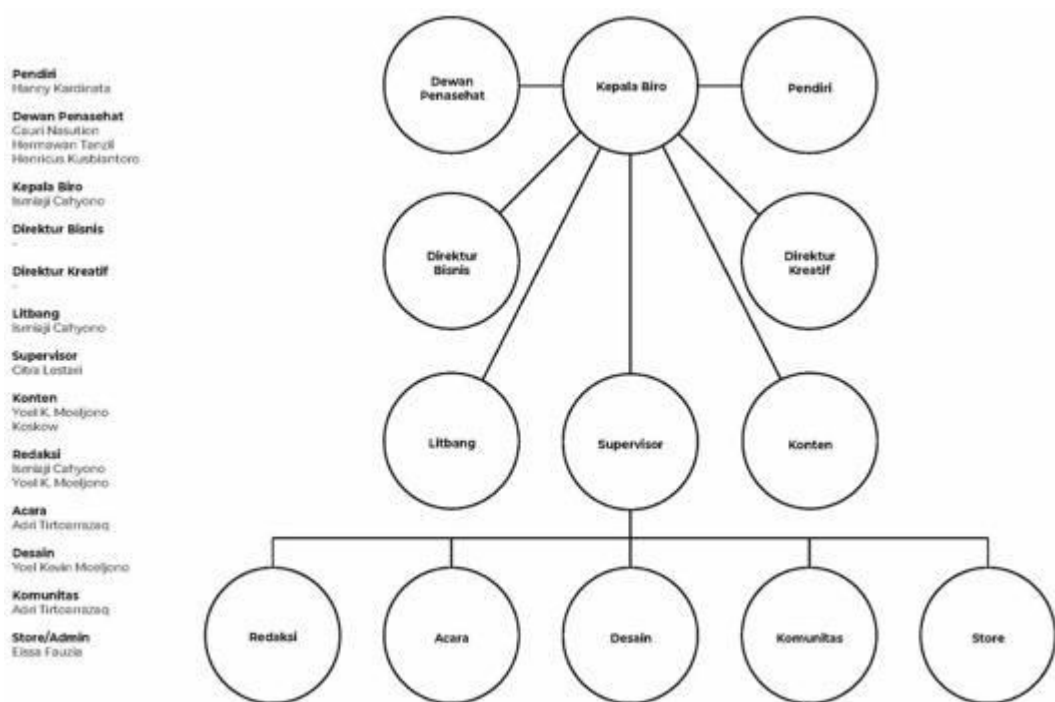
Menjadi lembaga utama yang meneliti, menyimpan, merawat, menjaga, dan melestarikan warisan sejarah desain grafis di Indonesia sehingga bidang ini memiliki akar dan fondasi yang kuat untuk berkembang, berdaya, dan menjadi komponen penting yang dapat memajukan peradaban bangsa Indonesia.

2.1.1.2. Misi

Membimbing pemahaman di antara desainer grafis dan persimpangannya dengan seni, desain, budaya, dan masyarakat.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Desain Grafis Indonesia memiliki struktur organisasi yang dikepalai oleh Ismiaji Cahyono sebagai kepala biro, berikut merupakan struktur organisasi yang dikembangkan oleh Desain Grafis Indonesia:



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi di Desain Grafis Indonesia

(Sumber: Data Internal Perusahaan)

Dalam struktur organisasi ini, penulis terletak pada divisi desain yang lebih tepatnya sebagai *Internship Graphic Designer*. Penulis melakukan koordinasi pekerjaan melalui kepala biro yaitu Ismiaji Cahyono, dan desainer senior yaitu Yoel Kevin Moeljono.